

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LIPSTIK WARDAH DI
MASYARAKAT KECAMATAN SUKARAMI KOTA PALEMBANG**

Skripsi



Disusun Oleh :

Nama : Feni Nofriyanti

Nim : 212019109

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PRODI MANAJEMEN

2023

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LIPSTIK WARDAH DI
MASYARAKAT KECAMATAN SUKARAMI KOTA PALEMBANG**

Skripsi

Diajukan untuk menyusun Skripsi Pada Program Strata Satu Fakultas
Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang



Di susun oleh :

Nama : Feni Nofriyanti

Nim : 212019109

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PRODI MANAJEMEN

2023

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Feni Nofriyanti
NIM : 212019109
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan pembelian Lipstik Merek Wardah di Masyarakat Kecamatan Sukarami Kota Palembang

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Strata I baik di Universitas Muhammadiyah Palembang maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya ini serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku diperguruan tinggi ini.

Palembang, 04 November 2022


Feni Nofriyanti

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek
terhadap keputusan pembelian Lipstik Wardah di
Masyarakat Sukarami Kota Palembang
Nama : Feni Nofriyanti
NIM : 212019109
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran

Diterima dan disahkan
Pada Tanggal Februari 2023

Pembimbing I,

Pembimbing II,



Fitantina, SE.M.Si
NIDN/NBM: 0028026301/859187



Gumar Herudiansyah, SE, MM
NIDN : 0202039203

Mengetahui,
Dekan u.b

Ketua Program Manajemen



Dr. Zaleha Trihandayani, S.E., M.Si
NIDN: 0229057501

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Jadikanlah sabar dan sholat sebagai penolongmu, dan sesungguhnya yang demikian itu sungguh berat, kecuali bagi orang-orang yang khusyu”

(QS. Al-Baqarah : 45)

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, Maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), Kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain, dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap ”

(QS. Al- Insyirah : 6-8)

“Kesabaran itu ada dua macam, yakni sabar atas sesuatu yang tidak kamu inginkan dan sabar menahan diri dari sesuatu yang kamu inginkan”

(Ali Bin Abi Thalib)

“I feel like the possibility of all those possibilities being possible is just another possibility that could possibly happen”

(Mark Lee)

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

- ❖ Kedua orang tua, Ayahanda Rilzunli dan Ibunda Fitriyanti yang telah memberikan doa , dukungan ,motivasi serta selalu membahagiakan anaknya.
- ❖ Keluarga yang selalu memberikan dukungan ,semangat serta doa.
- ❖ Dosen beserta almameter Universitas Muhammadiyah Palembang.
- ❖ Seluruh sahabat, teman dan rekan-rekan perjuangan yang telah memberikan dukungan dan bantuan dalam menyelesaikan skripsi ini .

PRAKATA



Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarrakatuh

Alhamdulillah, puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya sehingga saya sebagai penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang berjudul “ Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Wardah Di Masyarakat Kecamatan Sukarami Kota Palembang ”.

Penulis mohon maaf apabila dalam skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan karena proses penyusunan skripsi tidaklah mudah dan butuh perjuangan untuk menyelesaikannya. Serta penulis juga mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ayahanda Rilzunli dan Ibunda Fitriyanti yang telah mendidik, memberikan semangat dengan penuh kasih sayang, mendoakan agar diberikan kelancaran urusan dan memberikan motivasi untuk penulis serta banyak hal yang mereka perjuangkan untuk saya.

Terima kasih pula kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan banyak ucapan terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada :

1. Bapak Dr. Abid Djazuli, S.E., M.M. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Yudha Mahrom, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Ibu Dr. Zaleha Trihandayani, S.E., M.Si selaku Ketua Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Ibu Fitantina, SE.M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak membantu, membimbing dan memberikan arahan serta masukan yang sangat berguna sehingga skripsi ini selesai dengan baik.

5. Bapak Gumar Herudiansyah, S.E.,M.M. selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak membantu, membimbing dan memberikan arahan serta masukan yang sangat berguna sehingga skripsi ini selesai dengan baik
6. Ibu Dr. Hj. Sri Rahayu,S.E., M.M dan Ibu Anggreany Hustia,S.E.,M.M selaku penelaah yang telah banyak membantu penulisan untuk menyempurnakan hasil penelitian ini.
7. Kedua Orang tua ayahanda tercinta Rilzunli dan Ibunda tercinta Fitriyanti, yang membesarkan dan membimbing dengan penuh kasih sayang serta pegorbanan yang tiada terkira, sungguh mulia pengorbananmu dengan kesabaran, ketabahan dan kasih sayang dan doa untuk keberhasilan saya.
8. Nenek ku serta sepupuku tersayang yang tak berhenti mendoakan saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Semua Pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. *Last but not least, I wanna thank me, for believing in me, for doing all this hard work, for having no days off, for never quitting, for just being me at all times.*

Semoga Allah SWT membalas budi baik seluruh bantuan yang diberikan guna menyelesaikan skripsi ini. Penulis mengharapkan agar penelitian ini dapat bermanfaat khususnya bagi mahasiswa/mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang pada semua pihak yang akan melakukan penelitian dimasa yang akan datang pada umumnya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kesalahan dan kekurangan. Mengingat keterbatasan kemampuan dan ilmu pengetahuan, oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritikan dari pembaca skripsi ini,atas perhatian dan masukan penulis ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya.

Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Palembang, Februari 2023

Feni Nofriyanti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
MOTO DAN PERSEMBAHAN	v
PRAKATA	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	11
A. Landasan Teori.....	11
B. Penelitian Sebelumnya	34
C. Kerangka Pemikiran.....	39
D. Hipotesis.....	41
BAB III METODE PENELITIAN	42
A. Jenis Penelitian.....	43
B. Lokasi Penelitian.....	43
C. Operasionalisasi Variabel.....	43
D. Populasi dan Sampel	44
E. Data yang Diperlukan	46
F. Metode Pengumpulan Data	46
G. Analisis Data dan Teknik Analisis	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	56
A. Hasil Penelitian	56
B. Pembahasan Hasil Penelitian	75
BAB V PENUTUP	86
A. Kesimpulan	86
B. Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA	88
DAFTAR LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pra Penelitian Lipstik Wardah Tahun 2022	7
Tabel II.I Persamaan dan Perbedaan dengan Penelitian Sebelumnya	38
Tabel III.I Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	43
Tabel IV. 1 Hasil Uji Validitas.....	60
Tabel IV. 2 Hasil Uji Reabilitas	62
Tabel IV. 3 Distribusi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y).63	
Tabel IV. 4 Distribusi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk (X_1).....	65
Tabel IV. 5 Distribusi Jawaban Responden Variabel Harga (X_2).....	67
Tabel IV. 6 Distribusi Jawaban Responden Citra Merek (X_3).....	69
Tabel IV. 7 Analisis Regresi Linier Berganda	71
Tabel IV. 8 Perhitungan Uji-F	72
Tabel IV. 9 Perhitungan Uji Parsial (Uji-T).....	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Model Perilaku Konsumen	20
Gambar II.2 Kerangka Pemikiran	41
Gambar IV.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	58
Gambar IV.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	59

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Jadwal Penelitian

Lampiran 2 Kuesioner

Lampiran 3 Tabulasi Data

Lampiran 4 Uji Regresi Linier Berganda

Lampiran 5 Uji Validitas dan Reabilitas

Lampiran 6 Hasil Uji F

Lampiran 7 Tabel F

Lampiran 8 Tabel R

Lampiran 9 Tabel T

Lampiran 10 Surat Keterangan Telah Melakukan Riset

Lampiran 11 Kartu Aktivitas Bimbingan Skripsi

Lampiran 12 Sertifikat AIK

Lampiran 13 Sertifikat SPSS

Lampiran 14 Sertifikat Komputer

Lampiran 15 Plagiarisme Checker

Lampiran 16 Biodata Penulis

ABSTRAK

Feni Nofriyanti/ 212019109 / 2023 Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Wardah di Masyarakat Kecamatan Sukarami Kota Palembang

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian lipstik Wardah di Masyarakat Kecamatan Sukarami Kota Palembang. Jenis penelitian ini adalah penelitian ini termasuk penelitian asosiatif. Variabel yang digunakan adalah kualitas produk (X_1), harga (X_2), citra merek (X_3) dan keputusan pembelian (Y). Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dengan menggunakan metode kusioner. Teknik analisis yang di gunakan adalah analisis regresi linier berganda, uji hipotesis F dan t, koefisien determinasi. Hasil regresi linier berganda menunjukkan ada pengaruh positif kualitas produk, harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian secara simultan menunjukkan ada pengaruh signifikan kualitas produk, harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian lipstik wardah di mayarakat kecamatan Sukarami Kota Palembang. Sedangkan dalam uji secara parsial menunjukkan ada pengaruh signifikan kualitas produk, harga maupun citra merek terhadap keputusan pembelian. Koefisien determinasi menjelaskan bahwa kontribusi kualitas produk, harga, dan citra merek terhadap perubahan keputusan mebelian adalah sebesar 87% sedangkan sisanya 13% dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata kunci: Kualitas Produk, Harga, Citra Merek, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Feni Nofriyanti / 212019109 / 2023 Influence Quality Product , Price and Brand Image Against Purchasing Decisions Lipstick Wardah in the Sukarami District Community , Palembang City

This study aims to determine the effect of product quality, price and brand image on the decision to purchase Wardah lipstick in the Sukarami District Community, Palembang City. This type of research is this research including associative research. The variables used are product quality (X_1), price (X_2), brand image (X_3) and purchase decision (Y). The sample in this study was 100 respondents using purposive sampling technique. The data used in this study is primary data using the questionnaire method. The analysis technique used is multiple linear regression analysis, testing the F and t hypotheses, the coefficient of determination. The results of multiple linear regression indicate that there is a positive influence of product quality, price and brand image on purchasing decisions. The results of the study simultaneously showed that there was a significant influence on product quality, price and brand image on the purchasing decision of wardah lipstick in the people of Sukarami sub-district, Palembang City. Meanwhile, the partial test shows that there is a significant influence on product quality, price and brand image on purchasing decisions. The coefficient of determination explains that the contribution of product quality, price and brand image to changes in purchasing decisions is 87%, while the remaining 13% is influenced by other variables.

Keywords : Quality Product , Price, Brand Image , Purchase Decision

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pertumbuhan industri kosmetik saat ini sangatlah pesat, maka ini dapat dilihat dengan adanya industri kosmetik Indonesia yang berhasil menguasai pasar domestik peningkatan minat terhadap penggunaan kosmetik juga dapat meningkatkan minat produsen untuk bersaing menciptakan produk kosmetik sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan oleh konsumen. Dibuktikan dengan banyaknya jenis kosmetik yang beredar didalam dan luar negeri. Produk kosmetik yang membanjiri pasar mempengaruhi sikap masyarakat terhadap pembelian dan penggunaan produk

Berdasarkan hal tersebut banyak perusahaan kosmetik yang terus berupaya memenuhi kebutuhan konsumen dengan berbagai inovasi produk yang disesuaikan dengan kebutuhan dan permintaan konsumen. Dalam lingkungan yang sangat kompetitif ini, keberhasilan suatu perusahaan ditentukan oleh tekad perusahaan untuk menangkap peluang dengan mengidentifikasi aktivitas individu dalam perusahaan untuk memperoleh barang dan jasa termasuk proses pembelian

Saat ini trend menggunakan alat *make up* menjadi salah satu trend yang berkembang. Bahkan trend ini memiliki peningkatan dari waktu ke waktu hal ini bisa dilihat dari trend budaya barat yang menggunakan *make up* tebal pada setiap kesempatan. Pada umumnya *make up* tersebut hanya

digunakan oleh *figure* seperti pada saat syuting, pemotretan atau menghadiri acara formal.

Saat ini penggunaan *make up* sudah menjadi kebutuhan dan tidak menutup kemungkinan akan digunakan pada kegiatan sehari-hari. Alat *make up* tidak hanya digunakan untuk menunjang penampilan namun menutupi kekurangan wajah dan menonjolkan kelebihan wajah. Bagi seorang wanita kosmetik merupakan kebutuhan yang sangat penting demi mempertahankan kecantikannya wanita menggunakan kosmetik setiap waktu sesuai kebutuhan. Kosmetik sesungguhnya memiliki risiko pemakaian yang perlu diperhatikan mengingat kandungan bahan-bahan kimia pembuatan suatu *make up* tidak selalu memberi efek yang sama untuk setiap konsumen. Di Indonesia sendiri ada beberapa kosmetik dari dalam negeri sedang digunakan oleh konsumen yaitu Wardah, Emina, Make over, Purbasari, Sariayu, Mustika Ratu. Nama-nama produk kosmetik tersebut dapat ditemukan dengan mudah di pasaran.

Wardah sendiri merupakan salah satu merek lokal yang mengusung *brand image* terjamin halal pada produknya. Kosmetik merek lokal ini dapat mengambil perhatian konsumen Indonesia karena kosmetik merek Wardah menanamkan nilai halal di produk yang akan mereka jual. Hal tersebut membuat konsumen merasa aman ketika menggunakan produknya. Suatu produk dikatakan berkualitas apabila produk tersebut mampu memenuhi harapan konsumen. Wardah sendiri menghadirkan kosmetik berformula

inovatif yang aman,halal dan praktis serta harga yang terjangkau guna memenuhi kebutuhan konsumen dan selera setiap wanita.

Sekian banyak jenis alat-alat *make up* yang ada di produk Wardah salah satu yang paling sering digunakan oleh wanita adalah lipstik yang merupakan jenis alat *make up* yang mudah untuk diterapkan dibandingkan dengan alat yang lainnya dan lipstik juga bisa menjadi pilihan alat *make up* yang terbaik disaat terburu-buru selain itu lipstik juga dapat membantu mencerahkan wajah agar terlihat lebih segar bahkan ketika tidak menggunakan riasan mata sekalipun lipstik akan memberi tampilan lebih bersinar.

Kualitas produk juga berhubungan langsung dengan merek hal ini dikarenakan konsumen akan membeli suatu produk berdasarkan kualitas yang ditawarkan dari suatu brand tertentu. merek sesungguhnya adalah cerminan dari janji yang diucapkan produsen terhadap konsumen atas kualitas produk yang dihasilkan merek terbukti dapat mempengaruhi keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen. Pada dasarnya konsumen akan membeli produk ketika sudah banyak yang mempercayai suatu produk atau merek tersebut. Harga yang ditawarkan oleh lipstik merek Wardah belum sesuai dengan kualitas yang diberikan oleh produknya, hal ini karena kualitas produknya sendiri yang tidak tahan lama sehingga tidak sesuai dengan harga yang ditawarkan oleh lipstik merek Wardah itu sendiri.

Lipstik Wardah sendiri memiliki lima jenis yaitu long lasting lipstik,matte lipstick, exclusive lipstick,exclusive matte lipstik dan intense

matte. Dari kelima jenis lipstik Wardah yang ditawarkan mulai dari Rp 30.000 hingga Rp 80.000 dengan demikian lipstik merek Wardah dapat dikatakan lebih mahal dibandingkan dengan merek lipstik produk yang lainnya. Harga adalah sejumlah uang yang digunakan untuk mendapatkan produk – produk tertentu berupa barang atau jasa. Harga tidak hanya diperuntukan untuk pembelian yang dilakukan dipasar maupun supermarket saja harga juga dapat diperuntukan untuk proses jual beli secara online di marketplace maupun di media social.

Citra merek juga dapat menjadi magnet yang kuat dalam persaingan untuk merebutkan dan memenangkan pasar konsumen. citra sebagai seperangkat keyakinan, ide dan kesan yang dimiliki seseorang terhadap suatu produk. Sikap dan tindakan seseorang terhadap suatu objek sangat dikondisikan oleh citra objek tersebut. Maka dapat disimpulkan bahwa konsumen cenderung membeli lipstik yang telah memiliki citra merek yang baik di masyarakat. Citra merek sendiri merupakan aspek yang sama pentingnya dengan harga dan kualitas produk itu sendiri. Semakin baiknya merek suatu perusahaan maka semakin besar pula sebuah perusahaan tersebut melebarkan pangsa pasar. Citra Merek ini sangat penting bagi perusahaan untuk mempromosi produknya di kalangan masyarakat karena citra merek ini sangat mempengaruhi keputusan pembelian pada masyarakat. Citra merek Wardah tentunya sangat luas di kalangan masyarakat. masyarakat sudah banyak mengenal produk Wardah ini baik di sekitar lingkungan atau dari sosial media. Maka dari itu pihak Wardah terus meningkatkan citra merek ini

lebih baik lagi agar seseorang tertarik membeli produk Wardah tersebut tanpa membeli produk lain atau membandingkan dengan produk lain.

Selain kualitas produk, harga dan citra merek ada juga faktor yang namanya faktor keputusan pembelian. Menurut Mangkunegara (2019 : 43) Keputusan pembelian adalah kerangka kinerja atau sesuatu yang mewakili apa yang diyakini konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Kerangka kinerja tersebut dinaungi oleh dua faktor utama yakni sikap orang lain dan situasi yang tidak diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan konsumen tidak puas. Sebaliknya apabila kinerja memenuhi harapan konsumen maka akan menimbulkan kepuasan dan senang.

PT. Paragon telah memberikan lipstik Wardah banyak kemudahan kepada Masyarakat Kecamatan Sukarami Kota Palembang seperti produk lipstik Wardah yang dapat mempercantik diri namun dengan harga yang relatif terjangkau dan mudah dijumpai serta kerap melakukan promosi untuk mengenalkan produknya kepada masyarakat. Meski begitu masih sering sekali dijumpa pro dan kontra dalam pemilihan keputusan pembelian pada lipstik merek Wardah.

Keputusan pembelian masyarakat untuk memilih produk Wardah tidak menjadi pilihan di masyarakat Palembang karena dinilai lipstik merek Wardah tidak harus dibeli dan lebih memilih lipstik dengan merek yang lain. Kebanyakan dari masyarakat tidak memilih lipstik merek Wardah sebagai lipstik pilihan mereka.

Penulis telah melakukan pra penelitian dimana kualitas produk lipstik merek Wardah dinilai kurang baik hal ini karena lipstik dinilai lebih rapuh dan patah ketika digunakan, tekstur lipstik Wardah yang matte juga membuat bibir menjadi lebih kering dan tidak nyaman ketika digunakan, selain itu aroma lipstik merek Wardah dinilai kurang nyaman oleh masyarakat.

Harga lipstik merek Wardah ini dinilai lebih mahal jika dibandingkan lipstik merek lain, sehingga konsumen sendiri sendiri kurang meminati lipstik merek wardah dan banyak konsumen yang beralih ke merek-merek produk lipstik yang lebih tahan lama dan harganya lebih terjangkau. Konsumen masih cenderung ragu untuk membeli lipstik dengan harga yang realtif mahal dan kualitas produknya yang tidak tahan lama. Diperkirakan fluktuasi konsumen disebabkan karena persaingan harga dan keraguan terhadap kualitas produk dan citra merek terhadap produk tersebut.

Wardah dinilai dalam membuat citra merek mereka tidak sesuai antara iklan dan kualitas produk yang dipasarkan, kemasan lipstik kurang menarik dan tidak banyak pilihan warna yang tersedia untuk lipstik merek Wardah ini sendiri. Berkaitan dengan hal tersebut, untuk membuktikanya penulis melakukan pra penelitian awal terhadap 30 masyarakat Kecamatan Sukarami Kota Palembang yang berkaitan dengan kualitas produk, harga dan citra merek. Hal ini dapat dilihat dari tabel pra riset dibawah ini :

Tabel 1.1
Pra Penelitian Lipstik Wardah Tahun 2022

NO	PERTANYAAN	Setuju	Tidak Setuju
A. Keputusan Pembelian			
1	Saya memilih lipstik merek Wardah untuk lipstik yang saya pakai	10	20
2	Saya lebih memilih lipstik merek Wardah dibanding lipstik merek lain	6	24
3	Saya tetap membeli lipstik merek Wardah walaupun banyak pilihan produk lipstik dengan merek lain	14	16
B. Kualitas Produk			
1	Lipstik merek Wardah awet Ketika digunakan	9	21
2	Tekstur matte lipstik merek Wardah nyaman di bibir	11	19
3	Aroma pada lipstik merek Wardah membuat saya nyaman	15	15
C. Harga			
1	Harga lipstik Wardah terjangkau bagi saya	9	21
2	Harga yang ditawarkan lipstik Wardah sesuai dengan kualitas produknya	12	18
3	Harga lipstik Wardah tidak jauh berbeda dengan produk lipstik dengan merek lain	13	17
D. Citra Merek			
1	Banyak pilihan warna pada lipstik Wardah	5	25
2	Kemasan lipstik Wardah menarik	6	24
3	Iklan yang disampaikan Wardah sesuai dengan kualitas produk yang di pasarkan	11	19
Jumlah		30	

Sumber data : Hasil Pra riset Masyarakat Kecamatan Sukarami Kota Palembang,

2022

Jika dilihat dari tabel 1.1 dapat disimpulkan berdasarkan 11 pertanyaan yang penulis ajukan kepada masyarakat rata-rata menjawab setuju dari pernyataan yang mewakili indikator dari variabel yang dibahas yaitu keputusan pembelian, kualitas produk, harga dan citra merek. Berdasarkan uraian dalam latar belakang diatas, maka dalam kesempatan ini penulis mengambil sebuah judul pengaruh kualitas produk, harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian lipstik wardah di Masyarakat Kecamatan Sukarami Kota Palembang.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka rumusan masalah sebagai berikut :

1. Adakah pengaruh kualitas produk, harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian lipstik Wardah di Masyarakat Kecamatan Sukarami Kota Palembang ?
2. Adakah pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian lipstik Wardah di Masyarakat Kecamatan Sukarami Kota Palembang ?
3. Adakah pengaruh harga terhadap keputusan pembelian lipstik Wardah di Masyarakat Kecamatan Sukarami Kota Palembang ?
4. Adakah pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian lipstik Wardah di Masyarakat Kecamatan Sukarami Kota Palembang ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dijelaskan diatas,maka tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian lipstik Wardah di Masyarakat Kecamatan Sukarami Kota Palembang ?
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian lipstik Wardah di Masyarakat Kecamatan Sukarami Kota Palembang ?
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian lipstik Wardah di Masyarakat Kecamatan Sukarami Kota Palembang ?
4. Untuk mengetahui citra merek terhadap keputusan pembelian lipstik Wardah di Masyarakat Kecamatan Sukarami Kota Palembang ?

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang dijelaskan diatas, maka manfaat penelitian sebagai berikut :

1. Bagi Penulis

Mampu memberi masukan terhadap diri sendiri dan pihak lainnya dan diharapkan bisa menjadi acuan dan pengetahuan untuk penelitian-penelitian di bidang pemasaran terutama yang berhubungan dengan keputusan pembelian.

2. Bagi Masyarakat

Sebagai bahan pertimbangan bagi pembeli atau konsumen untuk memilih produk lipstik apa saja yang sangat cocok digunakan saat kegiatan tertentu serta kualitas produk yang tahan lama disaat digunakan dan harga yang cocok dikalangan masyarakat.

3. Bagi Almameter

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan peneliti dalam bidang manajemen pemasaran khususnya tentang pengaruh kualitas produk, harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

- Asiati, Diah dan Isnaini (2019) *Metode Penelitian Bisnis*. Palembang: Noer Fikri Offset.
- Azizah Zakiah, Ardhan Ekawijana, Eka Angga Laksana. (2019). Implementasi Metode Action Research Untuk Peningkatan Daya Saing Umkm Melalui E-Commerce, *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik* 23(1): 54-62
- Dani Yusuf, Dwi Budi Srisulistiowati (2021) *Sistem Pendukung Keputusan Pembelian Kendaraan Operasional Menggunakan Metode*
- Dewi, I Gusti dan Ayu Dyani (2021) *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Produk Lipstik Wardah Di Kecamatan Buleleng. Skripsi*. Universitas Pendidikan Ganesha Singaraja: Indonesia.
- Fadilla (2019). Pengaruh Kualitas Produk Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Lipstik Wardah di Cikarang Utara. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Bisnis Dan Ilmu Sosial Universitas Pelita Bangsa Bekasi, Indonesia.
- Hardinawatim, Lusiana Ulfa (2022) Pengaruh Harga Citra Merek, Dan Label Halal Terhadap Minat Beli Konsumen Lipstik Wardah Di Kabupaten Banyuwangi. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jember, Indonesia.
- Hartjati, Lily., & Jovian Orlando (2022) Pengaruh Atribut Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen di RUMah Makan AA Raffi Fried Chicken Sindangbarang Bogor. *Ournal of Accounting & Managemen Innovation* (6) 1. 49-66.
- Hartjati, lily & Natasyia Gabrielle (2018) Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Maskapai Garuda Indonesia. *Jurnal Manajemen Pemasaran* (8) 1. 55-70.
- Indrastuti, Presintia Sri (2021) Pengaruh Kualitas Produk, Harga Promosi, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Lipstik Merek Wardah Di Kota Pekanbaru. *Skripsi*. Institut Bisnis dan Teknologi Pelita Indonesia, Universitas Islam Riau, Indonesia.
- Kotler, P. & Armstrong, G (2018) *Principles of marketing (17th ed.)*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip and Gary Amstrong (2016) *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edii13.Jilid 1*. Jakarta:Erlangga.

- Kotler, Philip and Gary Armstrong (2012) *Principles of Marketing. Fourteenth Edition. Prentice Hall Internasional Inc.* New Jersey.
- Kotler, Philip and Kevin L Keller (2012) *Marketing Management, 14th ed. Prentice Hall Internasional Inc.* New Jersey.
- Mangkunegara, Anwar P (2002) *Perilaku Konsumen Edisi Revisi*, Bandung: PT. Refika Aditama.
- Jannah, Miftahul, dan Sahid Susilo Nugroho, etc. (2016) Peran Keterlibatan Produk Dalam Memoderasi Hubungan Antara Kualitas Layanan Daring Terhadap Kepuasan Daring Buletin Studi Ekonomi. Vol. 24 No. 2, Agustus 2019
- Musnaini, Hadion Wijoyo (2021) Impact of Variety Seeking, and Elektronik Word of Mouth of Cosmetic Brand Switching (Studi Pada Industri Kosmetik di Indonesia), EKONAM: *Jurnal Ekonomi e-ISSN: 2685-8118*
- Mustafid & Gunawan (2008) The Influence of Product Attributes Against Purchasing Decision Banana Chips "Kenali" in PD. Asa Perkasa In Bandar Lampung. *Journal of Business and Management*. (4)2. 123-140.
- Nurmalasari, Dias, (2021). Pengaruh Kualitas Produk Harga Promosi, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Merek Wardah Di Kota Surakarta. *Skripsi*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi, Surakarta.
- Sejati, Sadewa Purba dan Firman Asharudin (2018) Pemanfaatan Teknologi Informasi Dalam Pembuatan Website Pemasaran Dan Penyusunan Informasi Geospasial Potensi Wilayah Di Dusun Kertodadi Pakembinangun, Seminar Hasil Pengabdian Masyarakat 2018 Universitas Amikom Yogyakarta, 3 November 2018 Issn : 2615-2657
- Tengklu, Firli. Musfar (2020) *Manajemen Pemasaran*. Bandung : MediaSains Indonesia.
- Tjiptono, F., & Diana, A (2018) *Pelanggan puas, Tak cukup*. Yogyakarta: Andi.